Schritt halten mit dem neuen Verbraucher

Veröffentlicht am
4. Juni 2021

Länge
3 Minuten Lesedauer

Für Unternehmen ist es von entscheidender Bedeutung, in Sachen Verbraucherverhalten stets auf dem neuesten Stand zu bleiben. Das Verhalten der Kunden ändert sich rasch und entwickelt sich im Rahmen breiter Trends kontinuierlich weiter. Die oberste Priorität für das Aktienteam von Carmignac besteht darin, Konsummuster vorwegzunehmen, um festzustellen, ob die Unternehmen, in die wir investieren, gut positioniert sind.

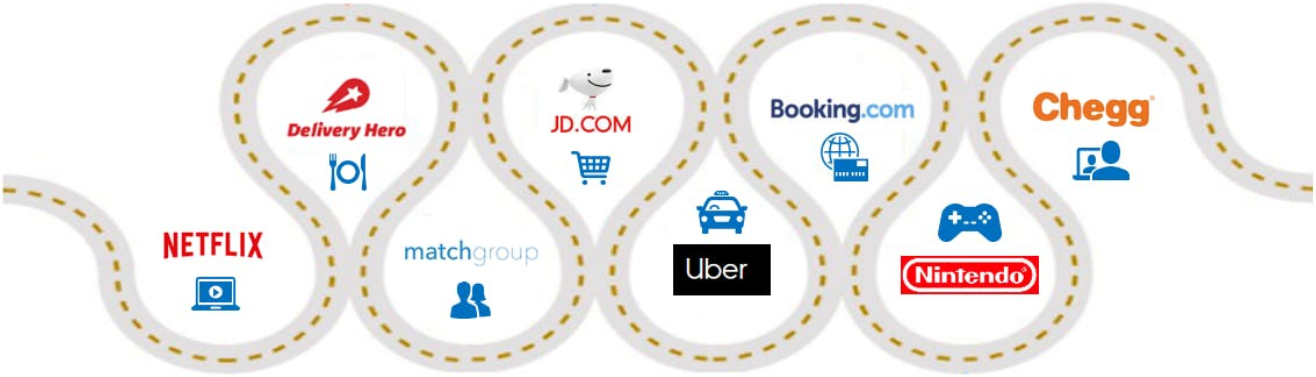
Datenanalyse
Wir untersuchen, wie und wo die Menschen einkaufen und welche Unterschiede je nach Land und Bevölkerungsgruppe relevant sind.

Umfragen
Außerdem verfolgen wir genau, wie Verbraucher auf Produkte und Dienstleistungen von Konkurrenten reagieren, indem wir insbesondere Umfragen heranziehen.

Vollständig digital: vorübergehend oder dauerhaft?

Wir alle wissen, dass sich unser Konsumverhalten in den letzten Jahren drastisch verändert hat. Mittlerweile gibt es für fast alles eine App. Wir nutzen unsere Handys, um Nachrichten zu lesen, Essen zu bestellen, unseren Schlaf zu überwachen und sogar um zu investieren!

Bekannte Namen wie Amazon oder Uber oder ihre Pendants in den Schwellenländern wie JD.com, Sea Limited und Mercado Libre verzeichneten 2020 immense Zuwächse, da Ausgangsbeschränkungen die Menschen dazu zwangen, auf andere Art zu konsumieren. Die Schlüsselfrage für diese Unternehmen lautet nun, ob ihre erhöhte Akzeptanz bei den Verbrauchern lediglich durch den Lockdown bedingt war und angesichts der Aufhebung der Beschränkungen für die Wirtschaft nachlassen wird. Haben diese von COVID-19 profitierenden Titel ihr Potenzial ausgeschöpft?



Quelle: Carmignac 2021 Die Portfoliozusammensetzung kann sich im Laufe der Zeit ändern.
Die Warenzeichen und Logos implizieren keine Zugehörigkeit zu oder Befürwortung durch diese Unternehmen.

Wir bei Carmignac sind überzeugt, dass das Thema der Digitalisierung insgesamt noch nicht ganz ausgereizt ist, und zwar aus folgenden Gründen:

Macht der Gewohnheit. In einigen Ländern, in denen die reguläre Wirtschaftstätigkeit bereits wieder aufgenommen wurde, lässt sich feststellen, dass die Verbraucher weiterhin Ihre Lebensmittel liefern lassen, Online-Einkäufe tätigen usw.

Nach wie vor geringe Marktdurchdringung. Vor allem in Bereichen wie dem Lebensmitteleinzelhandel und in Regionen wie Europa und den Schwellenländern

Margenwachstum. Nach Jahren des starken Wachstums dürften diese Plattformen steigende Gewinnmargen verzeichnen, da sie ihr Ökosystem zunehmend monetisieren.

Abgesehen vom E-Commerce wird die Digitalisierung wohl auch andere Bereiche unseres Alltags zunehmend beeinflussen. Ein Bereich, in dem sich die Digitalisierung beschleunigt, ist Bildung. Hier befinden wir uns ungeachtet des rapiden Wachstums seit Ausbruch der Pandemie jedoch erst in der Anfangsphase.

Der Wunsch nach Veränderung

Interessant ist, dass die Digitalisierung nicht nur die Art und Weise, wie wir konsumieren, revolutioniert hat, sondern auch unser Bedürfnis nach **Authentizität und Erfahrung** verstärkt.

Wir konzentrieren uns daher zunehmend auf diejenigen Unternehmen, die keine zusätzlichen Anstrengungen scheuen, um **geschäftliche Transaktionen zu personalisieren** oder die Einkaufserfahrung für ihre Kunden neu zu erfinden. So bieten einige Plattformen gegenüber anderen Handelsplätzen ein stark differenziertes Angebot. Sie vermitteln ihren Kunden das Gefühl, dass hinter jedem Produkt eine echte Person steht. Ein Beispiel hierfür ist Etsy, eine Online-Handelsplattform mit einer „Gemeinschaft von Verkäufern“, bei denen es sich um kreative Unternehmer / Künstler handelt, mit denen Etsy eine Sammlung von einzigartigen Produkten anbieten kann.

Mit Blick auf die **Kundenerfahrung** gibt es Unternehmen, die einzigartige Verbrauchererlebnisse in ihren Geschäften bieten, wie beispielsweise Ferrari oder Lululemon im Bereich der Sportbekleidung. Sie nutzen die Technologie der Augmented Reality, um Kunden ihre Produkte ausprobieren zu lassen.

Eine weitere interessante Änderung im Verbraucherverhalten ist die zunehmende Tendenz zu nachhaltigerem Konsum. Diesbezüglich ist ein klarer Aufwärtstrend in der Produktion und im Verkauf von Elektrofahrzeugen zu beobachten. Zwar wird diese Entwicklung derzeit von staatlichen Subventionen und Infrastrukturanpassungen unterstützt, sie spiegelt aber auch eine Änderung der Verbraucherpräferenzen wider, die wir uns beim Portfolioaufbau zunutze machen möchten.

Der Wunsch nach Einzigartigkeit

Auch dieser neue Verbraucher hegt weiterhin den Wunsch nach Einzigartigkeit, und die Hersteller von Luxusgütern haben es sich ganz klar zur Aufgabe gemacht, dieses Bedürfnis zu erfüllen. Die Menschen wollen weiterhin Dinge, die nur wenigen zugänglich sind. Ein Unternehmen wie Hermès erschwert es den Verbrauchern absichtlich, an einige seiner beliebtesten Taschen wie die Birkin Bag oder die Kelly Bag zu kommen. Diese Artikel können nicht einfach online gekauft werden, und da die Marke keine Wartelisten mehr über ihre Läden führt, bedarf es einer bereits existierenden Kundenbeziehung zu Hermès, um eine solche Tasche überhaupt erwerben zu können. Der Seltenheitswert bedeutet ferner, dass diese Taschen auch in Secondhand-Märkten ihren Wert beibehalten. Bei ihrem Wiederverkauf erzielen Taschen von Hermès 80% ihres Einzelhandelspreises. Bei Chanel und Louis Vuitton beträgt dieser Wert lediglich 63%.

Diese neuen Trends berücksichtigen wir bei der Aktienauswahl in unserem Fonds:

Carmignac Investissement

Auf der Suche nach den Gewinnern von heute und morgen

Internationaler Aktienfonds ohne Beschränkungen bezüglich Region, Sektor oder Marktkapitalisierung.
Performancefaktoren, die langfristige Trends und taktische Chancen kombinieren
Ein disziplinierter Anlageprozess auf Basis einer fundamentalen Bottom-up-Analyse zur Maximierung der Alpha-Generierung.

Carmignac Investissement A EUR Acc

ISIN: FR0010148981

Empfohlene Mindestanlagedauer

Geringstes Risiko Höchstes Risiko

1	2	3	4*	5	6	7

Hauptrisiken des Fonds

AKTIENRISIKO: Änderungen des Preises von Aktien können sich auf die Performance des Fonds auswirken, deren Umfang von externen Faktoren, Handelsvolumen sowie der Marktkapitalisierung abhängt.

WÄHRUNGSRISIKO: Das Währungsrisiko ist mit dem Engagement in einer Währung verbunden, die nicht die Bewertungswährung des Fonds ist.

RISIKO IN VERBINDUNG MIT DER VERWALTUNG MIT ERMESSENSSPIELRAUM: Die von der Verwaltungsgesellschaft vorweggenommene Entwicklung der Finanzmärkte wirkt sich direkt auf die Performance des Fonds aus, die von den ausgewählten Titeln abhängt.

Der Fonds ist mit einem Kapitalverlustrisiko verbunden.

Quelle: Carmignac, 30.04.2021.

Dies ist ein Werbedokument. Dieses Material ist für professionelle Anleger bestimmt Das vorliegende Dokument darf ohne die vorherige Genehmigung der Verwaltungsgesellschaft weder ganz noch in Teilen vervielfältigt werden. Es stellt weder ein Zeichnungsangebot noch eine Anlageberatung dar. Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen können unvollständig sein und ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Der Zugang zu dem Fonds kann für bestimmte Personen oder Länder Einschränkungen unterliegen. Er darf insbesondere nicht direkt oder indirekt zugunsten oder im Namen einer „US-Person“ gemäß den amerikanischen Bestimmungen der „Regulation S“ und/oder von FATCA angeboten oder verkauft werden. Der Fonds ist mit einem Kapitalverlustrisiko verbunden. Risiken und Kosten werden in den wesentlichen Anlegerinformationen (KIID) beschrieben. Der Prospekt, die KIID und die Jahresberichte des Fonds stehen auf der Website www.carmignac.com zur Verfügung und sind auf Anfrage bei der Verwaltungsgesellschaft erhältlich. Die KIID müssen dem Zeichner vor Zeichnung ausgehändigt werden. In der Schweiz: Die Prospekte, die KIID und die Jahresberichte des Fonds sind auf www.carmignac.ch und bei unserem Vertreter in der Schweiz (Switzerland), S.A., Route de Signy 35, P.O. Box 2259, CH-1260 Nyon, erhältlich. Die Zahlstelle in der Schweiz ist CACEIS Bank, Paris, Succursale de Nyon/Schweiz, Route de Signy 35, 1260 Nyon. Die KIID müssen dem Zeichner vor einer Zeichnung ausgehändigt werden. Die Bezugnahme auf bestimmte Werte oder Finanzinstrumente dient als Beispiel, um bestimmte Werte, die in den Portfolios der Carmignac-Fondspalette enthalten sind bzw. waren, vorzustellen. Hierdurch soll keine Werbung für eine Direktanlage in diesen Instrumenten gemacht werden, und es handelt sich nicht um eine Anlageberatung. Die Verwaltungsgesellschaft unterliegt nicht dem Verbot einer Durchführung von Transaktionen in diesen Instrumenten vor Veröffentlichung der Mitteilung. Die Portfolios der Carmignac-Fondspalette können ohne Vorankündigung geändert warden